

“三个推定”考验政绩观

■ 树立和践行正确政绩观

易其洋

今年新春第一会上，市委提出“三个推定”：坚持把服务创新主体作为一流创新生态和一流营商环境建设的重中之重，主动想企业和人才之所想、想企业和人才所未想，对建议诉求首先作“有理推定”，对批评意见首先作“有过推定”，对需要解决的问题首先作“有解推定”，多办具体实事，杜绝形式主义，切实做到“无事不扰，有需必应”。

“三个推定”是正面倡导，考验和显示的是正确政绩观。对此，如果换个说法，或者看看反面例证，就不难理解了。

“有理推定”的反面，就是“无理推定”。政府部门和公职人员，接到企业、人才和市民的建议投诉，首先想到的，不是建议投诉者有道理、合情理，而是无理取闹，在故意找茬、挑剔、抹黑，是跟自己过不去。这样的例子很多，最常见的是“门难进、话难说、脸难看”。正因为“无理推定”，对建议投诉者就会冷言冷语，态度蛮横，甚至置之不理。

“不休假就是敬业奉献”的观念该摒弃了

徐根凯

日前，贵州省人社厅等四部门发出《关于进一步推动落实职工带薪错峰休假的通知》，其中“摒弃将不休假等同于‘敬业奉献’的片面认识”等表述，被舆论认为直指要害（3月31日澎湃新闻）。

贵州发文明确摒弃将不休假等同于“敬业奉献”的片面认识，直击职场长期存在的观念误区，是对畸形加班文化的及时纠偏，彰显对劳动者合法权益的坚定维护。

长期以来，职场中始终弥漫着扭曲的价值导向，带薪休假屡屡沦为“纸面福利”，根源就在于类似错误观念根深蒂固。社会舆论常把节假日坚守岗位、带病上岗等塑造成敬业模范，一些职工因此背上思想包袱，陷入“不取休、不能休、休不足”的困境。

事实上，将不休假与敬业画等号，既违背劳动法规，也背离科学的职场发展逻辑。有企业把带薪休假当作额外福利，而非职工法定权利；有员工为迎合加班氛围陷入“休假羞耻”，愧疚于享受正常假期；更有“领导不休，我也不敢

当“调岗”遇上“哺乳期”，司法就该为母婴权益作主

董方萍

郭女士是一家科技股份有限公司的员工。2023年6月7日，郭女士生育。2024年1月，公司要求郭女士调岗至外地子公司同一岗位或现公司其他岗位，郭女士以新岗位工作内容与专业不符且对其哺乳存在健康隐患、工作地点变更影响哺乳为由拒绝调岗。在双方尚未协商一致的情况下，该公司以郭女士“两次旷工”为由解除劳动关系，遂申请劳动仲裁后诉至法院。法院判决认定，该公司违法解除劳动合同，支付郭女士赔偿金11.8万余元（3月31日中新网）。

给买错机票以“容错空间”

曲征

“刚刚完成支付，我就意识到机票的出发地和目的地搞反了，可无法取消出票，也无法改签。无奈申请退票后，1410元的机票被海航扣了780元。”苏女士觉得这笔钱扣得很冤枉。从下单到退款到账共2分15秒，却只退给了630元。海航回应称，机票生成后距离登机不足4小时，会按规定扣费（4月1日红星新闻）。

对此，苏女士承认自己不仔细，但这不仔细发生在支付完成后的瞬间，发现错误到申请退票几乎无缝衔接。系统出票只需10秒，而她要为此10秒付出过半票价的“学费”。这样的“规则”，真的合理吗？

海南航空的回应有据可依：距离登机不足4小时，退票手续费为50%，规则已在民航局备案。从程序上看，航空公司确实没有违规。但问题的核心在于，消费者是在极短时间内意识到自己的失误并立即予以纠正，在此语境之下仍然被扣780元，那么，现有规则体系的“容错空间”体现在哪里？

苏女士的遭遇并非孤例。在各类在线票务平台中，“误操作”与“恶意退票”常常被混为一谈，规则倾向于用统一的比例应对所有情形，无论你是犹豫了3天才反悔，还是刚按下支付键就追悔莫及。在被算法与自动化流程主宰的今天，系统以毫秒级的速度完成出票，而

如果是“有理推定”，那就大不一样了。就算人家的建议没啥道理、投诉站不住脚，至少能让人家把话说完，或者心平气和地给人家一个解释；政府部门和公职人员“有则改之，无则加勉”，企业、人才和市民，才会有好的想法时、有不合理的遭遇时，愿意建议和投诉。

“有过推定”的反面，就是“无过推定”。政府部门和公职人员行使的权力，是人民赋予的，只能用来为人民服务；为人民服务得好，那是本分，服务得不好，则是失职。失职了，有过错了，老百姓也有批评错误或不当时。但不管批评得有没有道理，政府部门和公职人员应该好好反思，自己是不是有过错，或者做得不够好；而不能一听到批评就跳，就开始找理由、推责任，认为批评者是在冤枉自己，就要顶回去、骂回去，甚至找机会打击报复，那就会堵上老百姓的嘴，想听到真实声音就难了。

如果是“有过推定”，那就是另一种情形了。就像毛泽东所说：

“我们如果有缺点，就不怕别人批评指出。不管是什么人，谁向我们指出都行。只要你说得对，我们就改正。”政府部门和公职人员有错误、被人批评，能反躬自省，查找问题和根源，改正错误、推进工作才有可能，“惩前毖后、治病救人”也才有基础。我们常见一些官员被查处后，后悔在位时“听不进批评意见”，也常见一些地方“小事拖大、大事拖炸”，一个重要原因就在于，当事者对自己搞“无过推定”，听不得一句批评的话，更不用说“闻过则喜”了。

“有解推定”的反面，就是“无解推定”。企业发展，人才创新，市民生活，总会遇到这样那样的问题，这时候，如果向政府部门和公职人员求助，得到的回答是“没办法”“解决不了”，那不仅会冷了企业、人才和市民的心，也会养成一种极坏的工作作风——遇事“一推三六九”，理由则冠冕堂皇。技术、产业和社会大变革的年代，各种新问题、新矛盾层出不穷，如果政府部门和公职人员只会做“无解推定”，那就是失职、渎职、不称职的。

如果是“有解推定”，那就是另一番情景了。问题不一样，困难

不一样，解决的难度就不一样。但不管是啥样的问题和困难，也不管那问题和困难是大是小，只要想着“有办法”“能解决”，而不是被吓倒，或者“只想做太平官”，总会有办法解决，至少可以引起重视，为最终解决积累一些经验。这些年，一些城市的科创企业如雨春笋，新兴产业发展势头强劲，很大的一个原因就在于，只要企业和人才遇到了问题和困难，政府部门先作“有解推定”，会迎难而上，而不是避而远之。

政绩观，说到底就三句话：为谁树立政绩？树立什么样的政绩？怎么树立政绩？正确政绩观，就是为人民树立政绩，树立经得起实践、人民和历史检验的政绩，靠实干树立政绩。我们党的宗旨，是全心全意为人民服务。这就规定了，党员干部树立和践行正确政绩观，必须做到市委所倡导的“三个推定”，对它的反面则应该坚决摒弃。或者说，真正做到“三个推定”，是对党员干部政绩观的一种考验。



健康科普不容“速成主播”浑水摸鱼

李恒

打着“大健康”“新职业”旗号，以“零基础速成”“月入过万”为噱头，一些机构推出所谓健康主播培训。嘴上讲科普，背后兜售伪劣产品；表面是培训，实为“割韭菜”。这些行为既侵害求职者利益、误导公众认知、延误治疗，还严重扰乱健康传播秩序。

记者调查发现，此类速成培训套路清晰：先以“轻松变现”“AI赋能”为诱饵收取高额培训费；再传授流量话术、带货套路，教唆学员照搬虚假科普内容，推销劣质保健品、三无器械；更有甚者，以承诺报酬为名，鼓励学员发展“下线”，形成传销式扩张。最终培训机构获利、学员沦为“帮凶”，公众则面临健康和财产的双重损害。

健康科普是专业性强、门槛高的公共服务，需要医学知识储备、临床实践经验、规范表达能力的长期积累，绝无速成捷径，

不容得半点虚假。

整治“健康主播”培训乱象，必须全链条发力。平台要守好第一道关口。有的平台在算法推荐、信息流广告的助推下，不仅未对其严格审核资质，反而变相对这些违规内容引流，客观上成为培训乱象滋生的“推手”。要严把审核关，及时清理违规内容，阻断流量乱象生长空间。监管部门不能“装睡”，要强化协同联动，市场监管、网信、卫健、公安等部门形成合力；监管还要“长牙带刺”，对虚假宣传、传销式培训、无资质诊疗等行为严厉查处，大幅提高违法成本。专业机构要加大权威优质科普供给，呼吁更多高水平、善科普的行家里手“下场”，让伪科普没有生存空间。

互联网健康科普不是流量变现的“生意场”。让科普回归科学严谨、公益为民本质，既是对公众健康负责，也是对行业公信力的守护。

“假探店”应按真广告处理

卞广春

“视频里说118元海鲜自助能无限畅吃大螃蟹、三文鱼等100多种菜品，结果到店发现大螃蟹没了，只有拇指大小的小螃蟹。”3月29日，湖南长沙消费者李女士说，自己被探店视频“种草”后购买了海鲜自助餐，18:00到店却被告知，大螃蟹仅在15:00—16:00供应。不少看似真诚的亲身体验分享，实则精心设计的商业推广，消费者跟着视频去打卡后遭遇“货不对板”（3月31日《工人日报》）。

消费者跟着探店视频打卡，频遇菜品不新鲜、分量缩水、环境未达预期等“货不对板”问题，但这与商家自说自话或“挂羊头卖狗肉”有本质不同。消费者明知是商家广告，往往会保持较高的警惕性，而非全然采信，进店消费也会带着审视和验证的心态；探店视频以旁观者身份出现，若没有站在消费者立场，而是收费推广的“广告”，其诱导欺骗性，将直接削弱消费者的选择和辨别能力。

“假探店真广告”现象的形成并非一蹴而就。据《2024年抖音生活服务探店数据报告》显示，截至2024年11月，抖音平台上已有超过336万人靠探店获得收入。该报告同时显示，“达人探店”为线下商家带来了总计超过1333亿元的经济收益，直接帮助近144万个中小商家增收超过425亿元。这表明，“探店达人”用镜头和文字记录

的探店体验，促进了消费，具有较大的经济和社会价值。对此，人力资源社会保障部、国家市场监督管理总局、国家统计局联合发布的职业信息，也为“探店达人”的职业正名，认可了“探店达人”的劳动，提供了一个正式身份——“生活服务体验员”。

短视频以体验分享、消费测评等形式推销商品或服务，并附加购物链接等购买方式，降低了商家的营销推广成本，增加了商家的人气和销售额，提高了引流引流精准度。然而，尽管探店行业创造了巨大的经济价值，但越来越多的消费者根据“探店达人”的推介打卡，结果却大失所望，虚假推荐、数据造假等“货不对板”问题频发，反证了“假探店”行为亟待规范。

管住“假探店”，给探店视频划出红线，并不难。根据《互联网广告管理办法》规定，附带购物链接的推介视频具有明确广告属性，必须显著标明“广告”字样。未标明的，构成违法，应依法追责。为此，平台应当关注“探店达人”的推介视频与消费者反馈，建立信用评价机制，对相应的广告推介设计限流限制规则，鼓励优秀“探店达人”，扶持客观真实的探店内容，进一步提升平台的信誉；监管部门须要求平台将收费推广的探店视频标注为“广告”，并明确违法必究，同时用技术手段提高监管效率，促进探店行业健康有序发展。

“偷脸”让技术红利沦为侵权工具

苑广阔

近日，有网友发帖反映，其发布在社交平台的个人汉服写真，疑似被AI短视频《桃花簪》擅自用于生成人物形象，还被丑化为猥琐好色的角色。3月31日，#AI短视频偷脸#话题登上热搜，引发广泛关注（4月1日《扬子晚报》）。

AI技术的普及，让短剧制作门槛大幅降低，低成本、高效率的优势使其迅速崛起。但技术中立不代表责任豁免，AI创作绝不能成为侵权的“遮羞布”。《民法典》明确保护自然人肖像权，未经同意，即便通过AI生成、伪造他人肖像，也需承担侵权责任，恶意丑化行为还可侵犯名誉权。此次《桃花簪》事件，并非“撞脸”巧合，而是制作方“偷脸”直接抓取网络素材生成，本质上是明知故犯的侵权行为。

部分制作公司为迎合剧情、追求差异化，刻意丑化生成形象，进一步放大侵权危害，这不仅是对他人人格权的漠视，更是对法律边界的公然挑衅。结合近期监管新规，AI生成内容需明确标注，且未经授权使用真人肖像已被明令禁止，意味着行业野



当你向人工智能（AI）倾诉个人烦恼或寻求人际交往建议时，它给出的回应可能更多是为了迎合你，而非提供真正有益的指导。一项由美国斯坦福大学计算机科学家领导的新研究显示，主流大型语言模型在应对用户的个人困境时，普遍表现出过度肯定用户、回避直接批评的倾向，即使面对用户描述的有害或非法行为，也常常选择认可而非质疑（4月1日《科技日报》）。

漫画角 “谄媚者” 王怀申 绘

要避免因工作环境变更、劳动强度增加影响母婴健康。上述案件中，企业要求哺乳期员工调岗至外地或存在健康隐患的岗位，不仅违背了法律的天平必须坚定地维护母婴权益倾向，为女性在职场与育儿的双重角色中撑起保护伞。

《妇女权益保障法》明确规定，用人单位不得因结婚、怀孕、产假、哺乳等情形降低女职工工资、限制其晋职或单方解除劳动合同；《女职工劳动保护特别规定》强调，不得安排哺乳期女职工从事禁忌劳动，且需在劳动时间内保障哺乳时间。这些条款并非空洞的条文，而是针对女性生理特殊性的刚性保护——哺乳期女性需要固定的哺乳空间、规律的哺乳时间，更需

风险时，企业必须充分考量劳动者的客观情况，而非简单以“旷工”之名行“违法解约”之实。法院判决企业赔偿，正是对这种“管理任性”的纠偏。

这起案件折射职场女性权益保障的深层困境。尽管法律已构建起保护体系，但在现实中，仍有不少遭遇类似情形的女性因担心“维权成本高”“影响职业发展”而选择沉默。破解这一困境，既需要法律的刚性约束，也需要社会观念的转变。企业应摒弃“成本思维”，认识到保障女性权益是履行社会责任的必然要求；社会则需进一步完善育儿支持政策，从公共服务层面为职场女性减负，让“工作”与“育儿”不再是彼此即彼的选择。

消费者的“撤回权”被隔绝在冰冷的规则之外。这种不对等，让技术带来的效率红利全部倒向了平台一方。

有律师指出，苏女士的情况符合民法典中“重大误解”的撤销条件。下单后1分钟内发现出发地和目的地打反，这并非改变主意，而是意思表示的根本性错误。然而，法律上的权利与现实的维权成本之间存在巨大鸿沟。为了780元去打一场合同撤销之诉，对普通消费者而言，时间与精力的投入远远超出争议金额本身。于是，规则就这样在“没人较真”的默许中变得越发强势。

规则的存在，是为了在效率与公平之间找到平衡点。当规则

将“登机前4小时”设为唯一的时间标尺，却忽略了2分钟与4小时之间的本质区别，就已经偏离了平衡的初衷。行业惯例固然需要尊重，但惯例也并非不能修正。允许“即时错购”有一个更宽容的处理窗口，譬如支付后10分钟内免费退款，如此，既能避免恶意操作，也能为那些因疏忽而非反悔的消费者留下一条救济通道。这并非对规则的破坏，而是对规则精细化、人性化的补充。

数字时代，交易的便捷不应以“零容错”为代价。规则可以刚硬，但不能没有温度。当技术跑得越来越快，制度的善意更应该跟上，别让那些只是“手抖”的普通人，为系统的“高效”付出不必要的代价。